

**FAKTOR – FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK RAKYAT
INDONESIA (BRI) CABANG KEDIRI**

(Studi Kasus di Wilayah Kediri)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis pada FISIP UPN “ Veteran “ Jawa Timur**



Disusun oleh :

JUHAN ARIESKA SETIAWAN
NPM 0642010036

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FALKUTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JURUSAN
ILMUADMINISTRASI BISNIS**

2010

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian untuk skripsi yang berjudul **”Faktor – faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank BRI Cabang Kediri”** Penulisan skripsi ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur, dalam rangka memenuhi tugas akademik guna melengkapi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Bisnis. Ucapan terimakasih yang besar disampaikan peneliti kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan dalam menyelesaikan penelitian laporan skripsi ini terutama kepada dosen pembimbing peneliti bapak Drs. Eddy Poernomo SE,MM yang telah sabar untuk menyelesaikan laporan skripsi ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian laporan skripsi penelitian ini :

1. Ibu Dra. Ec. Hj. Suparwati, MSi selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, MSi selaku ketua Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, MSi selaku sekretaris Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.

4. Bapak dan ibu dosen Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam materi perkuliahan.
5. Kedua orang tua serta kakak dan adik penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan agar proposal penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Teman – teman Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur angkatan 2006 yang sudah memberikan semangat dan dukungan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut mendapat limpahan berkah dari Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan laporan skripsi penelitian ini.

Harapan penulis semoga dengan terselesainya laporan skripsi penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Surabaya, April 2010

Penulis

**FAKTOR – FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK RAKYAT
INDONESIA (BRI) CABANG KEDIRI**

(Studi Kasus di Wilayah Kediri)

Disusun Oleh :

JUHAN ARIESKA SETIAWAN
NPM. 0642010036

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim penguji skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Falkutas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Jawa Timur
Pada Tanggal : 15 April 2010**

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1.Ketua

Drs. Eddy Poernomo, SE, MM

Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 030 178 443

NIP. 030 223 612

2. Seketaris

Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si

NIP. 030 213 768

3. Anggota

Drs. Eddy Poernomo, SE, MM

NIP. 030 178 443

Mengetahui

**Dekan Falkutas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Jawa Timur**

Dra. Hj. Suparwati, M.Si

NIP. 030 175 349

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran.....	8
2.1.1.1. Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.1.2. Konsep – konsep Pemasaran.....	14
2.1.3. Bank.....	16
2.1.3.1. Pemasaran Bank.....	18

2.1.3.2. Tujuan Pemasaran Bank.....	19
2.1.3.3. Jenis – Jenis Bank.....	20
2.1.2. Jasa.....	26
2.1.2.1. Pemasaran Jasa.....	27
2.1.2.2. Jasa Perbankan.....	28
2.1.4. Perilaku Konsumen.....	30
2.1.4.1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen...	31
2.1.5. Keputusan Pembelian.....	35
2.1.5.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	36
2.1.5.2. Perilaku Pembelian.....	40
2.1.6. Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Membeli Jasa.....	42
2.1.6.1. Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen.....	45
2.1.6.2. Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen.....	50
2.1.6.3. Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen.....	55
2.1.6.4. Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen.....	59
2.1.7. Tabungan.....	62
2.2. Kerangka Berpikir.....	63
2.3. Hipotesis.....	65

BAB III : METODE PENELITIAN.....	67
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	67
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	72
3.2.1. Populasi.....	72
3.2.2. Sampel.....	73
3.2.3. Teknik Penarikan Sampel.....	74
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.3.1. Jenis Data.....	74
3.3.2. Sumber Data.....	74
3.3.3. Pengumpulan Data.....	74
3.4. Teknik Analisa dan Uji Hipotesis.....	75
3.4.1. Uji Validitas.....	75
3.4.2. Uji Realibilitas.....	76
3.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	77
3.5. Teknik Analisa Data.....	80
3.6. Uji Hipotesis.....	81
3.6.1. Uji F.....	81
3.6.2. Uji T.....	82
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	85

4.2 . Struktur Organisasi perusahaan	88
4.3. Daftar Uraian Jabatan Perusahaan	89
4.4. Lokasi Perusahaan	93
4.5. Hasil Penelitian	94
4.5.1 Penyajian Data	94
A. Analisi Deskripsi Variabel Produk (X1)	94
B. Analisis Deskripsi Variabel Harga (X2)	95
C. Analisis Deskripsi Variabel Lokasi (X3)	96
D. Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X4)	97
E. Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Nasabah (Y)	98
4.6. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas	99
4.7. Analisis dan Pembahasan	102
4.7.1. Uji Asumsi Klasik	102
a. Multikolinieritas	102
b. Heterokedasitas	103
c. Normalitas	103
4.7.2. Analisis Statistik Regresi Linier Berganda.....	104
4.7.3. Pengujian Hipotesis.....	106
4.8. Pembahasan.....	114

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	116
5.2. Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

KUISIONER

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Periode Tahun 2005 s/d Tahun 2009	5
Tabel 4.1 Hasil tanggapan responden terhadap variabel produk (X_1)	94
Tabel 4.2 Hasil tanggapan responden terhadap variabel harga (X_2)	95
Tabel 4.3 Hasil tanggapan responden terhadap variabel lokasi (X_3)	96
Tabel 4.4 Hasil tanggapan responden terhadap variabel promosi (X_4)	97
Tabel 4.5 Hasil tanggapan responden terhadap variabel keputusan nasabah (Y)	98
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	100
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	101
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolineritas	102
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Heterokedastisitas	103
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Berganda	104
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji F	107

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	65
Gambar 3.1 Kurva F	83
Gambar 3.2 Kurva t	84
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BRI	89
Gmabar 4.2 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F.....	108
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t	
Variabel (X1)	109
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t	
Variabel (X2)	110
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t	
Variabel (X3)	111
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t	
Variabel (X4)	113

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Jumlah Jawaban Responden
Lampiran 2	Distribusi Frekwensi Penelitian
Lampiran 3	Distribusi Frekwensi Penelitian
Lampiran 4	Distribusi Frekwensi Penelitian
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 5	Nilai r Tabel
Lampiran 6	Uji Realibilitas
Lampiran 7	Uji Asumsi Multikolinieritas
Lampiran 9	Uji Asumsi Heterokedasitas
Lampiran 9	Uji Regresi Berganda

ABSTRAKSI

Juhan Arieska Setiawan Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BRI Cabang Kediri (Studi Kasus di Wilayah Kediri)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2009. Adanya kenaikan jumlah nasabah pada tiap tahunnya disebabkan adanya kegiatan pemasaran yang menarik nasabah untuk menabung di Bank BRI Cabang Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi antara faktor produk, harga, lokasi dan promosi dengan keputusan nasabah menabung di Bank BRI Cabang Kediri. Untuk menunjang penelitian ini maka menggunakan landasan teori dengan suatu penjelasan dan pengertian dalam penelitian seperti pengertian dari jasa, bank dan keputusan pembelian. Maka dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan regresi linier berganda yang menggunakan 4 variabel yang bertujuan untuk menganalisis baik bersifat simultan maupun parsial terhadap keputusan nasabah. Dengan menggunakan analisis data regresi linier berganda sehingga hasil uji hipotesis dapat diterima dan nyata. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dengan keputusan nasabah, terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor harga dengan keputusan nasabah, terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan keputusan nasabah dan terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor promosi dengan keputusan nasabah menabung di Bank BRI Cabang Kediri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Produk terhadap Keputusan Menabung dengan hasil yang diperoleh $t\text{-hitung}$ sebesar $2,394 > t\text{ tabel}$ sebesar $1,980$, 2) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap Keputusan Menabung dengan hasil yang diperoleh $t\text{-hitung}$ sebesar $0,203 < t\text{ tabel}$ sebesar $1,980$, 3) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Lokasi terhadap Keputusan Menabung dengan hasil yang diperoleh $t\text{-hitung}$ sebesar $4,676 > t\text{ tabel}$ sebesar $1,980$, 4) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Promosi terhadap Keputusan Menabung dengan hasil yang diperoleh $t\text{-hitung}$ sebesar $1,959 < t\text{ tabel}$ sebesar $1,980$.

Keyword : produk, harga, lokasi, promosi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam beberapa tahun terakhir jasa layanan semakin mendapatkan perhatian dari kalangan dunia usaha, terutama pada industri atau perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa seperti halnya perbankan industri perbankan yang tumbuh dan berkembang, semakin banyak menawarkan berbagai jenis produk perbankan dan jasa perbankan. Saat ini banyak sekali bermunculan perusahaan yang bergerak sektor jasa dan pelayanan, hal ini menjadi suatu bagian yang terpenting supaya perusahaan selalu dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan dapat dengan mudah menarik konsumen baru. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan jasa merupakan salah satu sektor penunjang keberhasilan ekonomi. Hal ini menyebabkan usaha perbankan menghadapi persaingan yang sangat ketat apalagi didukung dengan semakin mudahnya prosedur mendirikan bank dan membuka jaringan kantor cabang, gencarnya promosi dan pemasangan iklan, serta menawarkan produk tabungan berhadiah. Dalam upaya meningkatkan daya saing, pihak bank harus mampu mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Bank sebagai lembaga keuangan mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelancaran aktifitas perekonomian suatu bangsa. Dengan semakin meningkatnya tingkat perekonomian

suatu bangsa akan semakin banyak pula kebutuhan masyarakat akan lembaga keuangan.

Kegiatan pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan jumlah nasabah sebuah bank. Apalagi nasabah benar – benar memiliki kebebasan untuk pindah ke bank lain. Jadi apabila kegiatan pemasaran tidak dilakukan dengan baik dan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka tiap nasabah dapat dengan mudah pindah ke bank lain. Untuk menunjang kegiatan pemasaran yang baik harus ditunjang dengan teknik dan prosedur yang benar sehingga fasilitas – fasilitas yang terdapat pada bank dapat berfungsi dengan baik dan benar. Itu semua ditunjang dengan kegiatan pemasaran yang baik.

PT Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu bank milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan merupakan salah satu bank yang saat ini mempunyai banyak jenis layanan salah satunya adalah Tabungan Simpedes. Bank ini mempunyai konsep pelayanan terhadap konsumen atau nasabahnya yaitu dengan motto **Melayani Dengan Setulus Hati.**

Pelanggan yang dimaksud dalam hal ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Cabang Kediri yang telah setia menggunakan tabungan. Bank BRI Cabang Kediri merupakan salah satu bank BUMN yang ada di kawasan Kediri. Selain Bank BRI ada pula bank – bank lain, disini terlihat sangat jelas persaingan antar bank yang satu dan yang lain dalam mendapatkan nasabah maka disini dituntut kerja keras pemasaran

untuk lebih memperkenalkan Bank BRI kepada calon – calon nasabah. Disini Bank BRI memang salah satu bank BUMN yang ada dan memiliki ketentuan paling mudah dan murah.

Bank BRI selalu meningkatkan kegiatan pemasarannya supaya dapat selalu bersaing dengan bank – bank kompetitor yang ada disekitarnya. Maka dari itu untuk para nasabah Bank BRI disediakan layanan 24 jam Call BRI. Call BRI merupakan layanan phone banking dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan, mendapatkan informasi seputar produk dan layanan perbankan, serta dapat menyampaikan keluhan yang berhubungan dengan Bank BRI.

Adapun dalam mencapai keputusan konsumen, pada Bank BRI Cabang Kediri telah menggunakan semua empat aspek tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Produk.

Sesuatu yang ditawarkan ke nasabah dalam mendapatkan perhatian untuk di beli dan digunakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berupa seperti keanekaragaman produk tabungan Simpedes, Britama dan Haji, kualitas produk dan manfaat produk yang diambil.

2. Harga.

Suku bunga yang diberikan pihak bank kepada nasabah dan biaya administrasi yang harus dibayar nasabah seperti pajak jika menstransfer ke bank lain.

3. Lokasi.

Didalam dunia perbankan lebih ditekankan pada lokasi kantor dan lokasi ATM di dalam atau diluar bank, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah.

4. Promosi.

Produk yang ditawarkan kepada nasabah atau calon nasabah, promosi dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama dan menarik nasabah baru.

Sehingga peneliti dalam penelitian ini mengambil empat aspek tersebut sebagai variabel bebas (X). untuk variabel terikat peneliti menggunakan variabel keputusan konsumen (Y)

Bank Rakyat Indonesia memiliki satu cabang yang berada di Kediri. Berikut ini adalah data jumlah nasabah selama empat tahunan periode tahun 2005 sampai tahun 2009 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah di Bank BRI Cabang Kediri

Periode Tahun 2005 s/d Tahun 2009

No	Periode Tahun	Jumlah Nasabah	prosentase
1	2005	1028	–
2	2006	1187	0,15 %
3	2007	1235	0,04 %
4	2008	1372	0,11 %
5	2009	1446	0,05 %

Sumber : PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri

Dari tabel diatas jumlah tersebut dapat dilihat bahwa setiap tahun pada Bank BRI Cabang Kediri mengalami peningkatan. Ini terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah dari periode tahun 2005 s/d 2009. Adanya kenaikan nasabah pada tiap tahunnya ini karena berkaitan dengan kegiatan pemasaran yaitu bagaimana Bank BRI cabang Kediri menarik para konsumen atau nasabah untuk menabung di Bank BRI.

Kegiatan pemasaran sangat diperlukan dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada dalam melakukan keputusan menabung, berdasarkan alasan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Faktor –

faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Rakyat Indonesia Cabang Kediri”

1.2. Perumusan Masalah

Bedasarkan uraian tersebut diatas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah faktor produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank BRI cabang Kediri ?
2. Apakah faktor produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank BRI cabang Kediri ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank BRI Cabang Kediri.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah dalam menabung di Bank BRI Cabang Kediri.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak perusahaan Bank BRI dalam penetapan kebijakan dan pengambilan keputusan dalam menarik nasabah untuk menabung di bank BRI cabang Kediri.

2. Bagi Falkutas

Manfaat teoritis : Penelitian ini juga diharapkan dapat dipakai sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian yang akan datang yang berkaitan produk, harga, lokasi, dan promosi dalam menarik nasabah untuk menabung di Bank BRI.